

# ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA KUALITAS LAYANAN MAHASISWA SEBAGAI PELANGGAN INTERNAL PADA FAKULTAS TEKNIK UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Ratu Amilia Avianti

Jurusan Teknik Mesin Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta

Gedung B Komplek UNJ Rawamangun Jakarta 13220

E-mail: avianti\_raa@yahoo.com

---

## ABSTRACT

*Based on new paradigm and Total Quality Management (TQM) principles, higher education is services industries. Therefore service quality which increasing the level of students' satisfaction are very important and urgent. Students' satisfaction is the level of a student's felt state resulting from comparing a product's perceived performance (outcome) in relations to the student's expectation. Then the services are assessed satisfied if the services can achieve the needs and hope of the students or if the level of quality services high. This research was survey research using simple random sampling methods. The instrument was based on the definition above and it was tried out to 300 Technique Faculty students' State University of Jakarta (Universitas Negeri Jakarta/ FT UNJ). The purpose of this study was to know the service quality of FT UNJ in order to satisfy the students. Data were computed using such that performance important analysis. The results obtaining 10 attributes or one third of services quality attributes have to improve as fast as possible. The service quality of FT UNJ was still low and all civitas academics have to work hard to improve FT UNJ performance. Then the improving of performance, it will increase student's satisfaction, if FT UNJ does not want to disappear in the global era.*

**Key words:** *students' satisfaction, services quality, performance important analysis*

## 1. PENDAHULUAN

Paradigma pengelolaan pendidikan tinggi di Indonesia harus diubah dari manajemen sosial ke menjadi manajemen bisnis. Manajemen bisnis mengharuskan lembaga memperoleh laba baik berupa uang atau pun aset. Oleh karena itu pendidikan harus menghasilkan lulusan yang dapat dihitung sebagai uang atau pun aset.

Jika pendidikan mampu menghitung lulusan sebagai *outcomes* dengan nilai uang atau pun aset, maka usulan dana untuk pengelolaan pendidikan akan diprioritaskan. Dengan kata lain motivasi untuk meningkatkan dana pendidikan dengan segera dilaksanakan oleh pemerintah atau swasta.

Manajemen bisnis suatu lembaga yang sukses adalah manajemen berbasis pada pelanggan. Pelanggan yang puas akan terus menggunakan produk hasil suatu bidang usaha. Oleh karena itu pendidikan sebaiknya dikelola dengan manajemen bisnis berbasis pelanggan.

Tujuan utama adalah menghasilkan proses dan produk yang memberi kepuasan pada pelanggan. Pelanggan pendidikan tinggi adalah mahasiswa dan orang tuanya serta para *stakeholders* lainnya. Kepuasan pelanggan membuat mereka membeli bisnis dalam jumlah banyak dan kontinu. Oleh karena itu memberikan mutu pelayanan bidang akademis yang tinggi dan pelayanan non akademis yang prima adalah keharusan untuk kepuasan pelanggan dalam usaha kesuksesan suatu institusi pendidikan.

Lewis dan Smith (1994) menyebutkan bahwa pelanggan pendidikan tinggi terdiri dari: (a)

pelanggan intenal akademik (mahasiswa, fakultas, program studi/jurusan), (b) pelanggan internal administratif (mahasiswa, pegawai, unit/divisi pelayanan), (c) pelanggan eksternal langsung (sekolah, industri, universitas lain), dan (d) pelanggan eksternal tidak langsung (parlemen, masyarakat luas, badan akreditasi, alumni, donor).<sup>[1]</sup> Pada sistem pendidikan tinggi (baik PTN maupun PTS), pelanggan adalah entitas atau pribadi paling penting dalam organisasi. Di dalam makalah ini, khusus dibahas tentang kepuasan pelanggan internal yakni mahasiswa. Kepuasan mahasiswa adalah pemenuhan kebutuhan dan harapan mahasiswa.

Nilai suatu kepuasan itu relatif, tergantung pada kebutuhan dan harapan mahasiswa. Semakin tinggi kebutuhan dan harapan mahasiswa maka semakin sulit untuk mencapai kepuasan mahasiswa. Misalnya, Jurusan Teknik Mesin segmen pasarnya adalah orang yang berminat menjadi mahasiswa teknik mesin, sedangkan pelanggan yang harus dilayani oleh Jurusan Teknik Mesin adalah mahasiswa teknik mesin sebagai pelanggan internal. Setelah minat terpenuhi menjadi mahasiswa, maka pelanggan internal punya harapan dan kebutuhan untuk belajar mengenai teknik mesin dengan baik, selanjutnya pelanggan eksternal pun akan mempunyai harapan yang sama.

Kepuasan mahasiswa adalah suatu keadaan di mana keinginan, harapan dan kebutuhan mahasiswa dipenuhi. Sedangkan suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mahasiswa. Jadi keterkaitan antara kepuasan mahasiswa dengan mutu pelayanan

adalah bila mutu pelayanan berkualitas atau tinggi maka kepuasan mahasiswa akan meningkat atau tinggi dengan kata lain mahasiswa akan puas atau sangat puas bila kualitas atau mutu pelayanan dapat dipercaya, diandalkan dan teruji. Kepuasan mahasiswa dan kualitas pelayanan seolah-olah merupakan sekeping mata uang yang tak terpisahkan diantara keduanya. Kepuasan mahasiswa merupakan faktor esensial dalam TQM (*Total Quality Management*), karena itu PT harus mengidentifikasi kebutuhan para pelanggan secara cermat dan berusaha memuaskan dengan memandang mahasiswa sebagai pelanggan utama yang harus dilayani. Berdasarkan paradigma baru dan prinsip-prinsip TQM, bukankah PT pada dasarnya adalah industri jasa? Lebih spesifik lagi bagaimanakah kualitas pelayanan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta (FT UNJ)?

## 2. KAJIAN TEORI

Untuk menilai kepuasan mahasiswa sebagai pelanggan internal pendidikan digunakan suatu ukuran subyektif atau *soft measures* sebagai indikator mutu atau kualitas. Ukuran ini disebut lunak (*soft*), sebab ukuran-ukuran ini berfokus pada persepsi dan sikap daripada hal-hal yang konkret yang disebut kriteria obyektif. Oleh karena berfokus pada persepsi dan sikap maka alat pengukur yang digunakan dapat berupa kuesioner kepuasan mahasiswa yang dapat diukur melalui mutu atau kualitas pelayanan dari institusi pendidikan tinggi tersebut.

Kualitas (*quality*) merupakan suatu istilah yang dinamis yang terus bergerak; jika bergerak maju dikatakan mutunya bertambah baik, sebaliknya jika bergerak mundur dikatakan mutunya merosot. Kualitas dapat berarti *superiority* atau *excellence* yaitu melebihi standar umum yang berlaku. Sesuatu dikatakan berkualitas jika terdapat kecocokan antara syarat-syarat yang dimiliki oleh benda atau jasa yang dikehendaki dengan maksud dari orang yang menghendakinya. Menurut Idrus *et al.* (2000) "...the fitness purpose as perceived by the customer"<sup>[2]</sup> Misalnya, kualitas proses belajar cocok dengan apa yang diharapkan oleh mahasiswa; makin jauh melampaui apa yang diharapkan makin berkualitas, jika terjadi sebaliknya, makin tidak berkualitas.

Langkah pertama menilai atau mengukur suatu kualitas pelayanan adalah mengidentifikasi karakteristik kualitas pelayanan. Daftar karakteristik ini dapat digeneralisasikan dalam berbagai cara dengan menggunakan berbagai sumber informasi. Salah satu cara adalah mencari literatur seperti jurnal yang mungkin memuat dimensi mutu jasa. Peneliti-peneliti seperti Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1985) telah menyimpulkan bahwa mutu jasa dapat diuraikan dengan dasar 10 dimensi.<sup>[3]</sup> Mencoba untuk mengukur sepuluh dimensi, ternyata pelanggan hanya dapat membedakan 5 dimensi *ServQual*

(Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, 1988) memberi kesan bahwa dimensi 10 yang asli saling tumpang-tindih satu sama lain.<sup>[4]</sup> Lima dimensi mutu pelayanan adalah sesuatu yang terwujud (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Lebih lanjut tentang dimensi ini dapat dibaca dari publikasi pada kualitas pelayanan jasa oleh Zeithaml, Parasuraman dan Berry (1990).<sup>[5]</sup>

Dimensi pertama dari kualitas pelayanan menurut konsep *ServQual* ini adalah *tangible* karena suatu jasa tidak dapat dicium dan tidak dapat diraba, maka *tangible* menjadi penting sebagai ukuran terhadap pelayanan. *Tangible* merupakan kemampuan untuk memberi fasilitas fisik kampus dan perlengkapan perkuliahan yang memadai menyangkut penampilan karyawan/dosen dan pejabat serta sarana umum. Misalnya: ketersediaan ruang menyangkut kelengkapan dan ketersediaan peralatan, kenyamanan dan kecanggihan kampus, fasilitas komputer dan internet, perpustakaan, ruang kuliah, ruang seminar, ruang dosen, media perkuliahan, laboratorium, unit produksi, kantin, pusat bimbingan karir, layanan kesehatan, tempat ibadah, tempat istirahat dan tempat parkir, serta sarana transportasi. Mahasiswa akan menggunakan indra penglihatan untuk menilai suatu kualitas pelayanan dari segala sarana dan fasilitas yang ada.

Kedua, dimensi *reliability* yaitu dimensi yang mengukur kehandalan dari pendidikan tinggi dalam memberikan pelayanan kepada mahasiswanya. Ada dua aspek dari dimensi ini yakni (1) kemampuan perguruan tinggi untuk memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya dan (2) seberapa jauh perguruan tinggi memberikan pelayanan yang akurat atau tidak *error*. Dengan kata lain *reliability* merupakan kemampuan pejabat, karyawan/dosen dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan (tepat waktu), dengan segera, relevan dan akurat sehingga memuaskan mahasiswa. Contoh: pengembangan administrasi, kurikulum dan penawaran mata kuliah sesuai tuntutan keterampilan, profesi dan dunia kerja, perkuliahan berlangsung lancar sesuai jadwal, penilaian hasil studi obyektif, fair dan tepat waktu.

Ketiga, *responsiveness* adalah dimensi kualitas pelayanan yang dinamis, berupa kemauan untuk membantu mahasiswa dan memberikan jasa atau pelayanan dengan cepat. Harapan mahasiswa terhadap kecepatan pelayanan hampir dapat dipastikan akan berubah dengan kecenderungan naik dari waktu ke waktu. *Responsiveness* merupakan kesediaan para pejabat, dosen/karyawan untuk membantu dan memberikan pelayanan sesuai kebutuhan mahasiswa. Contoh: pejabat mudah ditemui untuk diminta bantuan, dosen mudah ditemui untuk keperluan konsultasi, proses belajar mengajar berlangsung interaktif dan variatif serta memungkinkan para mahasiswa mengembangkan

kapasitas dan kreativitas, pengelola memberi fasilitas yang memadai sesuai dengan kebutuhan mahasiswa dan dunia kerja.

Dimensi keempat dari 5 dimensi kualitas pelayanan yang menentukan kepuasan pelanggan adalah *assurance*, yaitu dimensi jaminan kualitas yang berhubungan dengan kemampuan perusahaan dan perilaku *front-line* staf dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para mahasiswa. *Assurance* mencakup kompetensi, pengetahuan, keterampilan, kesopanan, respek terhadap setiap orang dan sifat percaya yang dimiliki para staf. Contoh: para dosen menyampaikan kuliah sesuai dengan bidang keahlian/pengalamannya, dosen selalu berusaha menambah wawasan dengan membaca, menghadiri seminar, mengikuti pelatihan, studi lanjut, melakukan penelitian, memiliki sikap dan perilaku baik, serta seluruh jajaran dan organisasi mencerminkan profesionalisme sesuai dengan yang diatur dalam standar.

Kelima, empati adalah kemampuan pejabat, karyawan/dosen sehingga memberi pelayanan sepenuh hati, antara lain kemudahan dalam berkomunikasi, perhatian secara pribadi, kepedulian kepada mahasiswa dan pemahaman akan kebutuhan spesifik individual mahasiswa. Contoh: dosen berusaha mengenal nama mahasiswanya, dosen penasihat akademis sungguh-sungguh berperan sebagai konselor dan sebagai supervisor bukan sekedar editor bahasa, dan pejabat mudah dihubungi baik di ruang kerja, via telepon, email dan sebagainya. Empati ini berkaitan dengan teori perkembangan kebutuhan manusia dari Maslow. Pada tingkat semakin tinggi, kebutuhan manusia tidak lagi dengan hal-hal yang primer seperti kebutuhan fisik, keamanan dan sosial terpenuhi, maka dua kebutuhan lagi akan dikejar oleh manusia yaitu kebutuhan akan ego dan aktualisasi diri. Dua kebutuhan terakhir inilah yang banyak berhubungan dengan dimensi empati.

Pendapat berbeda berkaitan dengan dimensi pelayanan, diungkapkan oleh Kotler (1994), yaitu: 1) *intangibility* (tidak berwujud), artinya tidak dapat dilihat, diraba, dirasakan, didengar, atau dibau sebelum dibeli; 2) *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), artinya produksi dan konsumsinya dilakukan secara bersamaan; 3) *variability* (berubah-ubah), artinya tergantung ketersediaan; dan 4) *perishability* (tidak dapat disimpan), karena tidak memiliki daya tahan. Lebih lanjut Kotler (1994) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah “...the level of a person’s felt state resulting from comparing a product’s perceived performance (outcome) in relations to the person’s expectation” (Kepuasan mahasiswa adalah suatu kondisi yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari perbandingan antara hasil yang diharapkan atas suatu produk/jasa dengan kenyataan yang diterima).<sup>[6]</sup> Jadi, tingkat kepuasan mahasiswa tergantung pada

kesesuaian antara prestasi jasa atau tingkat kualitas pelayanan yang dibeli dengan harapan mahasiswa.

Penelitian ini dilaksanakan dengan maksud untuk meneliti kualitas pelayanan yang diberikan oleh Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta (FT UNJ) kepada para mahasiswanya. Kepuasan mahasiswa merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien, dan lebih efektif. Apabila mahasiswa merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Jadi tujuan mengukur tingkat kepuasan mahasiswa adalah sebagai berikut: (1) untuk mempelajari persepsi mahasiswa, (2) untuk menentukan kebutuhan, keinginan, dan harapan mahasiswa, (3) untuk menutup kesenjangan antara pandangan FT UNJ terhadap keinginan mahasiswa dengan keinginan sesungguhnya dari mahasiswa, (4) untuk memeriksa apakah peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan mahasiswa sesuai dengan harapan FT UNJ, (5) untuk mempelajari bagaimana institusi melakukan pelayanan dan apa yang harus dilakukan kemudian, dan (6) untuk menerapkan proses perbaikan berkesinambungan.

Tujuan utama adalah untuk menemukan harapan mahasiswa akan kinerja FT UNJ dari sudut pandang mahasiswa. Manfaat dari pengukuran mutu pelayanan dan tingkat kepuasan mahasiswa dapat diringkas sebagai berikut: (1) institusi memiliki rasa berhasil dan berprestasi, yang kemudian diterjemahkannya menjadi pelayanan yang prima kepada mahasiswa, (2) dapat dijadikan dasar menentukan standar kinerja dan standar prestasi yang harus dicapai, yang akan mengarahkan FT UNJ menuju kualitas yang semakin baik dan kepuasan mahasiswa yang meningkat, (3) memberikan umpan balik segera kepada pelaksana atau FT UNJ, (4) memberi tahu kepada institusi apa yang harus dilakukan untuk memperbaiki kualitas dan kepuasan mahasiswa serta bagaimana harus melakukannya, dan (5) memotivasi FT UNJ untuk melakukan dan mencapai tingkat produktivitas yang lebih tinggi. Dengan demikian dapat diajukan pertanyaan, apakah kualitas pelayanan FT UNJ bermutu?

Data dianalisis dengan metode *Importance-Performance Analysis*. Pada teknik analisis ini, jawaban responden dinilai untuk tingkat kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kepuasan terhadap kinerja lembaga pada masing-masing atribut tersebut melalui matriks *Importance-Performance*.<sup>[7]</sup> Matriks berupa diagram kartesius yang akan menggambarkan posisi tingkat kepentingan atribut dan tingkat kinerja pada masing-masing atribut menurut pelanggan.

### 3. METODOLOGI

Penelitian ini merupakan penelitian survei dan dalam penelitian yang telah dilaksanakan ini sampel

diambil menggunakan metode sampling acak sederhana. Kepuasan mahasiswa adalah suatu kondisi yang dirasakan seseorang yang merupakan hasil dari perbandingan antara hasil yang diharapkan atas suatu produk/jasa dengan kenyataan yang diterima yang dapat diukur melalui lima dimensi kualitas layanan *servqual*<sup>[4]</sup> yakni (1) sesuatu yang terwujud (*tangible*) sebanyak 6 butir, (2) kehandalan (*reliability*) 7 butir, (3) daya tanggap (*responsiveness*) 5 butir, (4) jaminan (*assurance*) 7 butir, dan (5) empati (*empathy*) 5 butir. Jadi instrumen terdiri dari 30 butir. Selanjutnya, definisi operasional kepuasan mahasiswa adalah skor yang diperoleh dari suatu perbandingan kinerja yang dirasakan dengan harapan mahasiswa yang dapat diukur melalui lima dimensi kualitas layanan *servqual*.

Di dalam penelitian ini digunakan kuesioner yang terdiri dari dua perangkat pernyataan dalam satu kuesioner yakni perangkat (A) kuesioner yang menyatakan kinerja Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta diukur dengan lima alternatif jawaban mulai dari sangat tidak puas (1), tidak puas (2), netral (3), puas (4), dan sangat puas (5), dan (B) kuesioner harapan mahasiswa yang juga diukur dengan lima alternatif jawaban mulai dari sangat tidak penting (1), tidak penting (2), biasa-biasa saja (3), penting (4), dan sangat penting (5). Selanjutnya kuesioner diuji cobakan kepada 300 mahasiswa dari bulan Mei sampai dengan Juli 2005. Dengan proporsi masing-masing jurusan 75 mahasiswa yaitu dari Jurusan Teknik Mesin, Jurusan Teknik Elektro, Jurusan Teknik Sipil, dan Jurusan Ilmu Kesejahteraan Keluarga.

Setelah dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terhadap kuesioner yang digunakan, maka data dianalisis dengan *importance-performance analysis*. Prosedur *Importance-performance analysis* adalah dimulai dengan mencari rerata setiap dimensi kinerja FT UNJ dan tingkat kepuasan mahasiswa, kemudian menemukan rerata dari rerata setiap dimensi tersebut untuk dijadikan titik batas kinerja tinggi dan rendah, serta batas tingkat penting dan tidak penting. Hal itu digambarkan dengan *Importance-performance Matrix* yang berupa diagram kartesius. Pada diagram kartesius terbentuk empat posisi dengan arti yang berbeda, dan perbedaan tindakan yang sebaiknya dilakukan, yaitu : posisi kuadran

- A; tingkat kepentingan tinggi, kinerja rendah maka fokuskan perbaikan (*focus improvement efforts*)
- B; tingkat kepentingan tinggi, kinerja tinggi, maka pertahankan kinerja (*maintain performance*)
- C; tingkat kepentingan rendah, kinerja rendah, maka prioritas rendah (*medium-low priority*)
- D; tingkat kepentingan rendah, kinerja tinggi, maka kurangi tekanan (*reduce emphasis*)

Berdasarkan posisi setiap atribut pada *importance-performance matrix*, terungkap adanya permasalahan ketidaksesuaian antara tingkat

kepentingan yang diharapkan pelanggan dengan bidang usaha (lembaga) yang merasa telah berusaha meningkatkan kinerjanya. Selain itu pada setiap posisi terdapat saran untuk tindakan yang sebaiknya dilakukan oleh lembaga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

#### 4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Jawaban mahasiswa terhadap kuesioner dinilai, kemudian dihitung rerata sehingga terdapat data pada Tabel 1. Rerata dari rerata untuk kinerja FT UNJ adalah 2,56 dan untuk tingkat kepentingan sebesar 4,39. Secara jelas dapat dilihat hasil dari matriks *importance-performance analysis* pada Tabel 1 dan Gambar 1.

Dari rerata kinerja FT dan harapan mahasiswa pada setiap pernyataan dapat dimasukkan pada salah satu kuadran *importance performance matrix* yang berupa diagram kartesius. Dari Gambar 1 terlihat, kuadran A diisi atribut nomor 1, 3, 5, 8, 10, 11, 14, 19, 20, dan 30. Kuadran B diisi atribut nomor 6, 7, 9, 17, 21, 22, dan 25. Kuadran C diisi atribut nomor 12, 15, 26, 28, dan 29. Sedangkan Kuadran D diisi atribut nomor 2, 4, 13, 16, 18, 23, 24, dan 27.

Dari data di atas, seharusnya fokuskan perbaikan laboratorium dan kelengkapannya, fasilitas teknologi informasi/komputer, air & fasilitas MCK, kesesuaian kurikulum dengan tuntutan dunia kerja, bahan pembelajaran terbaru mengikuti perkembangan iptek dan efisiensi dalam keakurasian data administrasi (KRS/KHS), mempercepat respons keluhan mahasiswa, meningkatkan standarisasi mutu pembelajaran dan mutu pelayanan, serta tingkatkan pemahaman terhadap kebutuhan mahasiswa. Hati-hati agar selalu pertahankan kinerja ketersediaan tempat ibadah, kesesuaian materi pembelajaran dengan kurikulum, dosen yang profesional dan kompeten, dan standarisasi mutu lulusan. Prioritas rendah terhadap kesungguhan karyawan dalam melayani mahasiswa, kecepatan layanan administrasi, komunikasi yang baik, karyawan melayani sepenuh hati, dan dosen mengenal nama mahasiswa. Data analisis menunjukkan untuk mengurangi komponen-komponen lokasi kampus yang mudah diakses, area parkir, nilai yang objektif, keramahan dosen & karyawan, pembelajaran interaktif, komitmen dosen, target kelulusan, dan sopan/hormat dosen & karyawan terhadap mahasiswa.

Hasil penelitian dapat pula dilihat dari sudut pandang dimensi kualitas layanan, yaitu sesuatu yang *tangible* termasuk dalam C, *reliability* termasuk dalam A, *responsiveness* termasuk dalam C, *assurance* termasuk dalam B, dan *empathy* termasuk dalam D. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa *reliability* merupakan dimensi yang perlu ditingkatkan kinerjanya, karena menurut mahasiswa dimensi ini sangat penting.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari uraian di atas dapat disimpulkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, terdapat sepuluh atribut pelayanan yang harus ditingkatkan, dan dimensi kehandalan perlu dijadikan prioritas untuk diperbaiki kualitasnya. Terdapat tujuh atribut pelayanan yang perlu dipertahankan kualitasnya dan dimensi jaminan harus tetap tinggi.

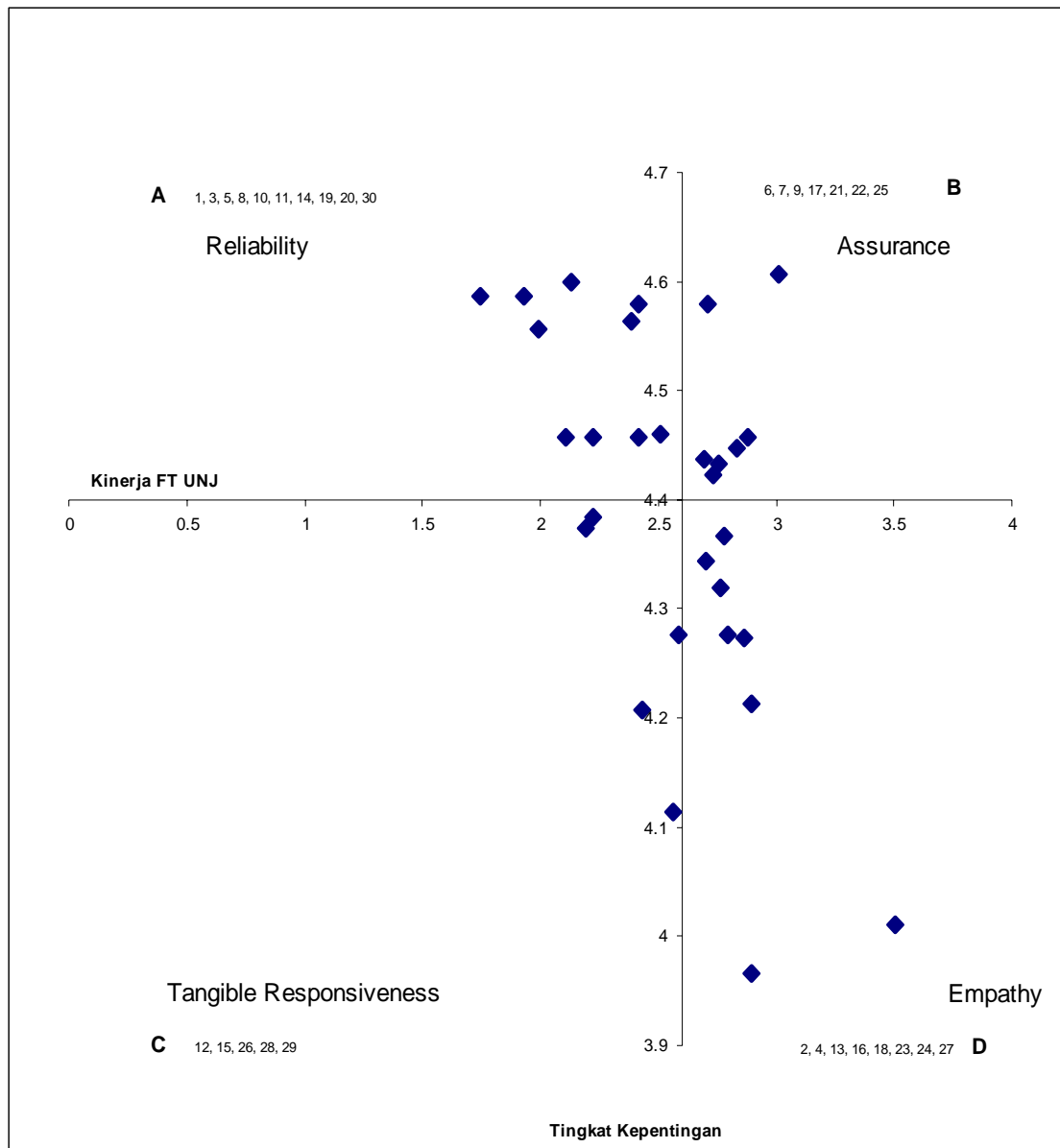
Pendidikan Tinggi (PT) merupakan industri jasa sesuai dengan paradigma baru manajemen dan prinsip-prinsip TQM. Oleh karena itu pengukuran tingkat kepuasan mahasiswa merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang baik, lebih efisien dan lebih efektif. Hal ini sangat esensial

terutama dalam menyediakan pelayanan publik di era globalisasi saat ini. Kepuasan mahasiswa melalui peningkatan kualitas pelayanan hanya akan berhasil jika ada komitmen menyeluruh, dan komitmen ini harus mulai dari puncak yakni pimpinan FT UNJ.

Beberapa saran dapat diajukan di sini sebagai berikut: (1) FT UNJ terutama pimpinan dan para pembantunya selalu memahami apa yang menjadi keinginan dan harapan mahasiswa, (2) untuk itu maka seluruh sivitas akademika harus melaksanakan perbaikan terutama pada atribut-atribut yang telah ditemukan bermasalah seperti yang tertera pada uraian di atas.

**Tabel 1. Data rerata nilai kinerja FT dan harapan-harapan mahasiswa**

Pernyataan		Rerata		Posisi pd Diagram Kartesius
		Kinerja	Harapan	
<b>Tangible (Sesuatu yang berwujud)</b>		<b>2.517</b>	<b>4.400</b>	<b>C</b>
1.	Ketersediaan laboratorium dan kelengkapannya.	1.93	4.59	A
2.	Lokasi kampus dapat diakses dengan mudah.	3.51	4.01	D
3.	Ketersediaan fasilitas teknologi informasi/ komputer.	2.13	4.60	A
4.	Kecukupan area parkir.	2.89	3.97	D
5.	Ketersediaan air dan fasilitas MCK.	1.74	4.59	A
6.	Ketersediaan tempat ibadah	3.01	4.61	B
<b>Reliability (Kehandalan)</b>		<b>2.417</b>	<b>4.517</b>	<b>A</b>
7.	Kesesuaian materi pembelajaran dengan kurikulum.	2.73	4.42	B
8.	Kesesuaian kurikulum dengan tuntutan dunia kerja.	2.42	4.58	A
9.	Dosen yang profesional dan kompeten.	2.71	4.58	B
10.	Bahan pembelajaran terbaru mengikuti perkembangan iptek.	2.39	4.56	A
11.	Efisiensi dalam keakurasian data administrasi (KRS/KHS).	2.11	4.46	A
12.	Kesungguhan karyawan dalam melayani mahasiswa.	2.23	4.38	C
13.	Pemberian nilai yang fair (objektif).	2.77	4.32	D
<b>Responsiveness (Daya tanggap)</b>		<b>2.550</b>	<b>4.367</b>	<b>C</b>
14.	Merespons keluhan mahasiswa dengan cepat.	1.99	4.56	A
15.	Kecepatan layanan administrasi kemahasiswaan.	2.19	4.37	C
16.	Keramahan dosen dan karyawan.	2.89	4.21	D
17.	Kemampuan mahasiswa berkembang optimal.	2.70	4.44	B
18.	Pembelajaran berlangsung interaktif	2.70	4.34	D
<b>Assurance (Jaminan)</b>		<b>2.717</b>	<b>4.433</b>	<b>B</b>
19.	Standarisasi mutu pembelajaran.	2.51	4.46	A
20.	Standarisasi mutu pelayanan.	2.41	4.46	A
21.	Standarisasi mutu dosen.	2.84	4.45	B
22.	Materi yang diajarkan dosen selalu sesuai dengan keahliannya.	2.88	4.46	B
23.	Dosen memiliki komitmen dan kredibilitas.	2.87	4.27	D
24.	Pencapaian target kelulusan matakuliah setiap semester.	2.78	4.37	D
25.	Standarisasi mutu lulusan .	2.76	4.43	B
<b>Empathy (Empati)</b>		<b>2.567</b>	<b>4.300</b>	<b>D</b>
26.	Komunikasi yang baik antar sivitas akademika.	2.59	4.28	C
27.	Dosen dan karyawan memperlakukan mahasiswa dengan sopan dan hormat.	2.80	4.28	D
28.	Karyawan melayani sepenuh hati.	2.43	4.21	C
29.	Dosen mengenal nama mahasiswa.	2.56	4.11	C
30.	Institusi memahami kebutuhan mahasiswa.	2.23	4.46	A



Gambar 1. Diagram Kartesius untuk analisis tingkat kepentingan dan kinerja

DAFTAR PUSTAKA

[1]. R. G. Lewis, and D. H. Smith, **Total Quality In Higher Education**, St. Lucie Press (1994).

[2]. N. Idrus, *et. al.*, **Quality Assurance**. Direktorat General of Higher Education, (2000).

[3]. A. Parasuraman, V. A. Zeinhaml, and L. L. Berry, **A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research**, *Journal of Marketing*, Vol. 49, pp. 41-50, (1985).

[4]. A. Parasuraman, V. A. Zeinhaml, and L. L. Berry, **Servqual: A Multi-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality**, *Journal of Retailing*, 64(1), pp. 12-37, (1988).

[5]. V. A. Zeinhaml, A. Parasuraman, and L. L. Berry, **Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations**, The Free Press, (1990).

[6]. P. Kotler, **Manajemen Pemasaran**, alih bahasa Jaka Wasana, Erlangga, (1994).

[7]. F. Tjiptono, dan G. Chandra, **Service, Quality & Satisfaction**, Yogyakarta: Penerbit Andi, (2005).